

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kompetisi bisnis yang kini semakin berkembang di Indonesia seperti pada sekarang ini dan semakin berkembangnya zaman sehingga memaksa para pelaku usaha untuk melakukan percepatan untuk merebut pasar dan memenangkan persaingan yang pada kala ini telah tumbuh dan berkembang seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. Setiap pelaku usaha juga mulai memikirkan tindakan agar mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru, di mana pada situasi yang seperti sekarang ini setiap bisnis tetap melakukan kompetitif dan menguntungkan.

Akhir-akhir ini sering kita semua temui bisnis atau pun usaha yang berkembang dalam usaha makanan contohnya restoran. Bisnis yang banyak bergerak di bidang makanan terutama yaitu restoran memiliki peluang yang banyak dan potensi untuk berkembang luas karena memiliki banyaknya fikiran inovasi dan kreasi yang dikembangkan. Mengingat persaingan industri kuliner yang semakin ketat saat ini, para pelaku Usaha membutuhkan *survivability* agar dapat terus berkembang dan mempertahankan kesetiaan para pelanggannya.

Pada pelaku usaha yang berorientasi bisnis pelayanan selalu ingin mengoptimalkan kualitas pelayanannya agar memuaskan para konsumen. Yaitu dengan adanya memberikan pelayanan yang bagus dan baik kepada konsumen Kepuasan terhadap pelanggan dapat dihasil penilaian dari pelanggan senang ataupun kecewa atas produk dan jasa yang dirasakan tersebut akan memenuhi harapan pelanggan ataupun sebaliknya. Hal ini

didukung oleh (Tjiptono, 2014) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Kualitas dengan kepuasan pelanggan sangat erat hubungannya. Agar para pemilik usaha menjalin hubungan yang kuat dengan pelanggan maka dengan kualitas terhadap pelanggan sangat berkaitan. Dalam jangka panjang, hubungan tersebut bisa membantu pemilik usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang diinginkan dengan harapan mereka sehingga perusahaan bisa memenuhi kepuasan pelanggan dan perusahaan bisa mengurangi pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan dan meningkatkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan (MANIK, 2016)

Menurut (Tjiptono, 2015) Kualitas layanan berfokus pada pengejaran produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan yang baik akan menentukan derajat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan, yaitu: bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Adapun *Customer trust* (Kepercayaan pelanggan) memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan dan penjualan pelanggan. Kepercayaan juga dapat dilihat dari perspektif konsumen, yang diartikan sebagai pengalaman yang ditandai dengan kepuasan terhadap kinerja dan kepuasan produk. (Prasetyo, 2018) Menyatakan kepercayaan adalah kesediaan untuk mengandalkan pihak tepercaya lainnya. Kepercayaan antara konsumen dan produsen menjadi dasar untuk menjalin hubungan jangka panjang antara konsumen dan produsen.

Adapun diketahui sebagian faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggannya adalah kualitas layanan dan *customer trust*. Seperti yang dijelaskan (Buddy et al., 2019), hal ini dapat memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu mencakup Kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Seperti yang kita ketahui bersama, tahun 2020 merupakan tahun terjadinya pandemi COVID-19. *World Health Organization* (2020) menyatakan bahwa virus COVID-19 ini merupakan salah satu penyakit menular yang disebabkan oleh virus SARS-Cov-2. *World Health Organization* (WHO) mengatakan cara tepat yang bisa dilakukan untuk menangani penyebaran virus ini adalah dengan mengikuti dan mematuhi protokol kesehatan (prokes) COVID-19 dengan melindungi dirinya sendiri dan juga orang lain. Kemudian, Kementerian Kesehatan RI mengeluarkan konsep “New Normal”, New Normal merupakan perubahan pada perilaku dalam menjalani aktivitas sehari-hari dengan menerapkan prokes untuk mencegah terpapar penularan virus COVID-19. Protokol kesehatan sudah menjadi kewajiban bagi masyarakat sekitar yang menggunakan tempat fasilitas umum. Untuk melakukan penyesuaian saat ini dengan konsep New Normal di Indonesia, restoran sekarang ini menerapkan protokol kesehatan sebagaimana telah ditetapkan oleh Kementerian Kesehatan.

Apalagi pada masa masa pandemi covid-19 saat ini banyak para pelaku usaha terutama pelaku usaha yang gerak dibidang pelayanan harus bias mengatasi konsumen lama maupun konsumen baru. Ketika melihat fenomena saat ini, pelaku usaha berusaha terus untuk menghadapi situasi ini

dengsn memenuhi kebutuhan konsumen nya dan juga para keinginan konsumen karena pada dasar nya dengan adanya konsumen merupakan faktor yang sangata penting dalam keberlangsungan perusahaan restoran (seperti Restoran Lesehan Trisno) saat terjadi pandemi seperti ini, hal ini harus menjadi perhatian dari Restoran Lesehan Trisno dalam mematuhi protokol kesehatan yang diberlakukan pemerintah setempat. Para konsumen yang memilih restoran sebagai tempat makan tidak hanya melihat dan memperhatikan dari bidang kualitas pelayanan tapi juga kepercayaan konsumen saat ini terutama dimasa pandemi covid-19 ini konsumen memperhatikan protokol kesehatan di restoran dan menggantungkan kepercayaan nya terhadap rumah makan pada masa seperti ini.

Di Kabupaten Mojokerto tepatnya di Kecamatan Mojosari terdapat salah satu restoran di Mojokerto yang menghadapi persaingan di dunia usaha tersebut adalah Restoran Lesehan Trisno, merupakan cabang pertama yang berada di Jalan Hasanuddin No.64, Candisari, Awang Awang, Kec.Mojosari, Mojokerto merupakan lokasi yang strategis karena merupakan jalan utama ke arah pacet tempat rekreasi yang setiap hari nya selalu ramai kendaraan. Restoran ini berorientasi tradisional, dapat dilihat pada suasana restoran di desain dengan bernuansa tradisional atau desa terdapat hiasan lampion-lampion terbuat dari bambu dan tempat duduk lesehan ciri khas lebih tradisional. Restoran Lesehan Trisno mempunyai banyak aneka macam menu *chinese food*, Indonesian food, dan western food sebagai pelengkap. Restoran Lesehan Trisno para karyawannya telah di training untuk melakukan layanan yang baik kepada pelanggan, ketika pelanggan berkunjung, karyawan akan menyapa konsumen dan memandu mereka ke

kursi yang masih tersedia terdapat dua pilihan tempat duduk yaitu lesehan atau duduk dikursi dekat taman. Karyawan akan memberikan menu restoran Lesehan Trisno kepada pelanggan, dan juga dibantu oleh karyawan untuk memilih makanan andalan restoran Lesehan Trisno dan menu lain sesuai keinginan selera pelanggan

Permasalahan di Restoran Lesehan Trisno adalah pelayanan yang kurang tanggap saat menyajikan makanan dan porsi makanan yang tidak standar. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya jumlah pegawai dan pegawai yang sering keluar masuk dalam pekerjaan. Akibat masalah ini, hal ini akan berdampak negatif pada restoran Lesehan Trisno, karena telah kehilangan beberapa pelanggan yang berakibat pada penurunan penjualan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka judul penelitian ini adalah "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Customer Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Saat Pandemi COVID-19 (Studi Restoran Lesehan Trisno Mojosari)**". Cabang Mojosari dipilih karena, menurut hasil wawancara dengan narasumber Admin Lesehan Trisno, Restoran Lesehan Trisno telah beroperasi selama 10 tahun.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari?
2. Apakah *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari?

3. Apakah *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari?
4. Apakah *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari?
5. Apakah *Emphaty* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari?
6. Apakah *Customer Trust* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bahwa *Tangible* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bahwa *Reliability* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bahwa *Responsiveness* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari.

4. Untuk mengetahui & menganalisis bahwa *Assurance* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari.
5. Untuk mengetahui & menganalisis bahwa *Emphaty* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari.
6. Untuk mengetahui & menganalisis bahwa *Customer Trust* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dimasa Pandemi Covid-19 pada Restoran Lesehan Trisno Mojosari.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memperluas wawasan dan pengalaman mahasiswa yang diperoleh selama diperkuliahan tentang bidang manajemen pemasaran dengan adanya penelitian ini maka sebagai gambaran untuk bahan penelitian komparatif dengan fakta – fakta yang ada dilingkungan.

- b. Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan adanya penelitian ini bisa menjadi bukti empiris bagi “Restoran Lesehan Trisno” Cabang Mojosari, terutama mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Customer Trust* terhadap Kepuasan Pelanggan dimasa Pandemi Covid-19 pada restoran. Ini akan memberikan perusahaan saran dalam memperbaiki

kualitas layanan dan *customer trust* untuk menarik pelanggan yang lebih banyak lagi di masa pandemi covid-19 ini.

c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat membantu pemerintah mengambil suatu keputusan, membantu pemerintah memahami apa saja yang terjadi dimasyarakatnya dan membantu pemerintah melaksanakan kebijakan.

2. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan wawasan dan pengetahuan. Dan hal ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi pengembangan keimuan manajemen pemasaran khususnya dalam variabel Kualitas Pelayanan , *Customer Trust* dan Kepuasan Pelanggan.